

お客様さまの反対が出たら  
それで商談はおしまいか…?

「アーネスト君、おめでた！」

「反対されたらおしおり」「おじいちゃんが

二ヵ月前のことなのでお忘れの方も多いかもしませんが、3月号の最後は「お客様から反対が出たら、それで商談はおしまいなのでしょうか?」との問題提起で終わりました。そこで今月は、反対する側の、お客様から心理からこの問題について考えてみましょう。用件に対し、口実としての反対を言ってくるお客様まことに對しては、こちらが一步踏み込んで購入の意思確認をしない限り、商談は上滑りして、無用な先延ばし、あるいは失敗商

炎こ至つて まへます。

これまでを、前回3月号で確認しました。

ところがそういうことを頭で理解していく  
も、この「一歩踏み込む」ことのできないセ  
ールスが多いのです。なぜならそこには「反  
対が出たら(因)、それで商談はおしまい(果)」  
という行動理論が強く働くからです。  
では本当に、反対が出ると商談は終わって  
しまうものなのでしょうか？

例えば商談にはこんなパターンがあります

① 「いかがでしようか」 ↓「反対」「この程度  
の機能だつたら、当社には必要ないな」 ↓「そ  
うですか。でも他と比べましてもこれが最も

どうでしょう、①②③の例で思い当たる節はありますか？

どのケースも「いかがでしようか」という用件切り出しに対し、お客様から反対を受け、商談の不成功を予期させる方向をたどり始めてしまっていますよね。これらを見る限り、なるほど反対が出たら商談は終わってしまふんだなど、改めて実感できます。

なぜお断りされたのか?  
疑問に答えてながら商談を進めよう

ところが角度を変えて、この「反対」をお客さまの側からとらえて考えてみるとどうなるでしょう？

①のお客さまは、「」の程度の機能だったら…」とおっしゃっていますが、この程度とはどの程度でしょうか。また、どんな機能であつたら必要性を感じるのでしようか?

②のお客さまは「高いなあ」とおっしゃいましたが、なぜそう感じられたのでしょうか。予算に合わないのでしょうか。それとも

他社の同等レベルの商品は比べて高いと感じたのでしょうか。商品の価値に見合わないと思ったのでしょうか。そもそもなぜ値段を聞いてきたのでしょうか?

③のお客さまは「今は時期じゃない」とおっしゃっていますが、いつならいいのでしょうか。また、どんな事情で今は無理なので

まの心の中の疑問にお答えしたうえで、商談しようか？

を進めて いるかどうか こと です。  
実際 にそ う いう 商談 を展開 して いく こと どう  
なる か、 ① を例 に考 え て み ます。

結局、誰のためにやっている  
商談なのかが問題